



Kertomus pitkäsoiton tuotannosta, julkaisusta ja markkinoinnista pienlevy-yhtiön näkökulmasta

Tampereen ammattikorkeakoulu
Viestinnän koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Tuotanto
Syksy 2006
Timi Härkönen

OPINNÄYTETIIIVISTELMÄ

Osasto Taide ja Viestintä	Erikoistumisala Mediatuotanto
Tekijä Timi Härkönen	
Työn nimi Pitkäsoiton tuotanto, julkaisu ja markkinointi pienlevy-yhtiön näkökulmasta	
Lopputyön laji Mediateko	
Työn valmistumisaika 14.12.2006	Sivumäärä
<p>Tiivistelmä</p> <p>Tutkintotyöni on mediateko — täyspitkän äänitteen tuotanto, julkaisu sekä markkinointi. Kirjallisessa osiossa käyn läpi tuotannon eri vaiheita. Rajatakseni aihetta tarkastelen tuotannon eri vaiheita lähinnä markkinoinnin näkökulmasta puuttumatta nauhoitusteknisiin kysymyksiin. Äänitteen julkaisu tapahtuu oman osakeyhtiöni kautta. Markkinointia katsellaan siis pienlevy-yhtiön näkökulmasta. Kohderyhmä sekä markkina-alue rajaantuu suomeksi laulettun musiikin kuluttajille.</p> <p>Kirjallisessa osiossa käyn läpi äänitteen vaiheet esituotannosta valmiiseen levyyn. Esituotannon voidaan katsoa alkaneen ensimmäisistä budjettilaskelmista. Valmis levy puolestaan käsittää painetun levyn kansitaiteineen sekä jakelusopimuksineen. Liitteenä on alkuperäisiä budjettilaskelmia ja Rumban arvostelu ensi-singlestä "Kivat korot".</p>	
Aineisto Äänite - Sara & Susiraja, Single "Kivat Korot"	
Asiasanat Äänite, musiikki, julkaisu, markkinointi	
Säilytyspaikka	
Muita tietoja	

THESIS		SUMMARY	
Department Media Programme		Area of specialisation Media Production	
Author Timi Härkönen			
Title The production, marketing and release of an album from the perspective of an indie record label			
Sort of Final Thesis (Written / Project / Portfolio) Project			
Date 14.12.2006		Number of pages	
<p>Summary:</p> <p>This is the literal part of my thesis. It is a report that consists of notions and facts concerning the first CD-release of my indie record label, Kuukaikumo oy.</p> <p>The report looks forward to focus on different parts of the production as chronologically as possible, starting from the first financial estimations and reaching all the way to the final product-CD with cover arts and licensed distribution.</p> <p>In order to keep the main point on the production side, the report avoids the handling of technical issues concerning the mixing and recording of the album.</p>			
Material (e.g. audio / video tape, photographs, slides, paintings, statues...) Album - Sara & Susiraja + Single "kivat korot"			
Key words Album, popular music, publication, marketing			
Filing			
Other information			

SISÄLLYSLUETTELO

1	Johdanto.....	2
2	Esituotanto	3
3	Nauhoitus	5
4	Single	7
5	Levyn kansipainatukset	10
6	Jakelu.....	11
7	Täyspitkän Julkaisu.....	12
8	Promootio.....	13
9	Yhteenveto	14
10	Lähteet	15
	Liitteet	16

1 Johdanto

Tämä on tutkintotyöni kirjallinen osio, jossa tarkastellaan täyspitkän äänitteen eri vaiheita esituotannosta jälleenmyyntiin. Markkinoinnin suunnittelu on tehty oman pienlevy-yhtiöni Kuukaikumo Oy:n näkökulmasta, kuitenkin selkeää taloudellista tuottoa silmälläpitäen.

Perustimme Kuukaikumo Oy:n kesäkuussa yhdessä Sara Vilanderin kanssa, joka myös laulaa levyn vokaaliosuudet. Perustimme yhtiön ensisijaisesti julkaistaksemme omaa musiikkiamme, laskeskeltuamme ensin meille tarjottuja levytyssopimuksia ja huomattuamme niiden kannattavuuden olevan verrattain vähäinen työhön nähden.

Meillä molemmilla on pitkä soitto- sekä kiertuetausta, jonka aikana olemme luoneet yhteyksiä musiikintuottajiin, levy-yhtiöihin sekä muihin alan toimijoihin. Olemme saaneet paljon neuvoja ja apua näitä suhteita hyödyntäen. Tässä osiossa esiteltävät ratkaisut ja tiedot pohjautuvat paljolti alan ammattilaisilta saamaamme opastukseen.

Oma roolini tässä prosessissa on käsittänyt tuotannon suunnittelua ja toteutusta alusta loppuun. Projektin vaiheita ovat mm. esituotanto, nauhoitusten organisointi, singlen painatus, kansien suunnittelu, jakelun järjestäminen, promootion järjestäminen sekä miksauksien ja masteroinnin toteutus. Lisäksi soitan levyllä rumpuja sekä toimin musiikillisena osatuottajana.

Tarkastelen näitä vaiheita mahdollisimman kronologisessa järjestyksessä esituotannosta myyntivalmiiseen äänilevyyn.

2 Esituotanto

Yhtye syntyi paljolti Saran toimesta hänen entisen yhtyeensä Minervan hajottua. Minerva ehti toimia vuosikymmenen ajan. Tänä aikana se teki noin kolmesataa keikkaa ja myi muutamia tuhansia levyjä

Saralla oli hahmottunut ajatus uudesta yhtyeestä pitkään ja hän tiesi jo varhaisessa vaiheessa keitä aikoi pyytää jäseniksi. Jo ensimmäisissä harjoituksissa yhteissoitto oli niin hyvää, että aloimme kaavailla nauhoitusajankohtia. Lähtökohtaisesti päätimme, että musiikkimme tulisi olemaan sekä tyyliillisesti että soitannollisesti kunnianhimoisempaa kuin Minerva.

Aluksi teimme demon, jota lähettelimme tutuille tahoille, kuten Mercedees-yhtiölle, jolla Minerve oli ennen hajoamistaan. Tarjoukset olivat kuitenkin mielestämme riittämättömiä, sillä ymmärsimme yhtyeessämme olevan kaupallisen potentiaalin.

Joulukuussa 2005 päätimme Saran kanssa yhtiön perustamisesta ja ensimmäisen levyn tekemisestä. Teimme alustavat laskelmat levyn kustannuksista joissa pyrimme ottamaan kaikki mahdolliset kulut huomioon. Mietimme oikeat kappaleet, niiden määrän ja studiopäivien tarpeet. Lisäksi tuli ottaa huomioon masteroinnin hinta, miksauskulut, tuottajan palkkiot, levyn painatus sekä myyntiin liittyvät asiat, kuten tarvittavien suojakoodien hankkiminen. Tätä varten Kilpailutin levyjä valmistavia yrityksiä sekä kävin läpi masterointia tarjoavia yrityksiä, jotta levyn lopullinen budjetti hahmottuisi.

Kävin lisäksi 2kk:n mittaisen yrittäjäkurssin, jotta osaisin ottaa huomioon tarvittavat lainoilliset sekä verotukselliset seikat.

Keväällä sovimme yhtyeen jäsenten kanssa yhteisen vapaan viikon, jolloin kaikki olisivat käytettävissä studionauhoituksia varten. Lisäksi jokaisella tulisi olla aikaa intensiivisempään soittajaksoon ennen studioviikkoa, jotta sovitukset olisivat tarvittavan valmiita. Kun aikataulut olivat selkeitä, löimme päivät lukkoon ja varasimme studion.

Mietimme eri tuottajia levyllemme, ensin pyysimme Saran ystävää Jussi Jaakonahoa, joka on tuottanut mm. Jonna Tervomaata, Ismo Alankoa ja Jo Hopea. Jussi valitti

kiireitään, mutta käski meidän lähettää silti materiaalia. Äänitimme Jussille muutaman kappaleen, jotka kuultuuan ehdotti meille tuottajaksi Jukka Puurulaa (ex-Don Huonot).

Jukka on osa-omistajana Karillo-studiossa joka sijaitsee Porvoon maalaiskunnassa, jota olimme muutenkin kaavailleet nauhoituspaikaksemme. Ehdimme aloittaa alustavat neuvottelut Jukan kanssa, kun muutamia keikkojamme miksannut Mitja Tuurala (J.Karjalainen&Electric sauna, Siiri Nordin jne.) ilmoitti, että voi tulla levymme tuottajaksi. Asiaa ei tarvinnut miettiä sillä Mitja oli jo yhtyeelle tuttu mies.

Kun kappaleet olivat omasta puolestamme valmiita, nauhoitimme niistä demo-versiot Mitjalle.

Tutustuttuaan niihin hän tuli kuuntelemaan harjoituksia ja miksasi muutaman keikan, jonka pohjalta teki omat muistiinpanonsa. Muutosehdotuksia tuli vain muutama, Mitjan mukaan kappaleet olivat valmiita ja hyviä. Yksi numero pudotettiin pois ennen nauhoituksia. Näin jäljelle jäi yksitoista kappaletta.

3 Nauhoitus

Studiopäiviksi oli sovittu 21.-24.7.2006.

Rumpu- sekä bassoraidat äänitettiin luonnon helmassa, Pellingin saarella Karillo-studiolla. Karillo on vanha puutalo pellon keskellä, jonka yläkerrassa on makuutilat ja keittiö, alakerrassa on soittotilat. Karillossa ovat tehneet levyjään mm. Scandinavian Music Group, Von Hertzen Brothers ja Jonna Tervomaa.

Asuimme siellä koko ryhmän kera neljä päivää välttyäksemme ulkomaailman ärsykeiltä ja pystyäksemme keskittymään vain musiikkiin. Tänä aikana nauhoitimme yhdentoista kappaleen rumpu- ja bassoraidat. Muutamia kappaleita soitettiin liveinä nauhalle koko orkesterin voimin. Mahdollisia single-kappaleita hioimme muita enemmän. Viimeisen päivän käytimme kappaleiden läpikäymiseen, siltä varalta että jotain pitäisi vielä uusia tai lisätä.

Myöhemmin Mitja äänitti vokalistin Saran kanssa demolaulut kappaleisiin, jotta kitaroiden äänittäminen pohjanauhoitusten päälle helpottuisi.

Osa kitaroista oli nauhoitettu jo Karillossa, loput tehtiin nauhoittajien kiireistä johtuen vasta lokakuussa Asa Nymanin avustuksella. Asa on Karillo-studion nauhoittaja, joka kesällä nauhoitti levyn pohjat. Odottelimme että Asa vapautuisi kiireistään, sillä oli järkevää tehdä kitaranauhoitukset sellaisen henkilön kanssa, joka on kuullut kappaleet ja tietää mitä niiltä halutaan.

Levyn vokaaliosuudet nauhoitettiin Tampereella, jossa levy myös miksattiin. Miksaajana toimi Mikko Kuorelahti.



Studiossa. © Sara Vilander

4 Single

Jotta levy myisi, täytyy ennen julkaisua levy tehdä tunnetuksi. Haastatteluiden, keikka-arvioiden sekä mainosten lisäksi levystä kannattaa lohkaista single-kappale.

Jos yhtiöllä ei ole suurta pääomaa, singlestä kannattaa tehdä promootiopainos. Näin ollen se ei tule myyntiin, vaan sitä jaellaan radioille ja lehdistölle käyntikorttina tunnettavuuden tekemiseksi.

Tässä tapauksessa singleen tulee liittää tarra, jossa lukee esim. ”Promotional copy-not for sale”. Tämä tarkoittaa sitä, ettei singlestä kerätä suoranaista myyntivoittoa, jolloin Teoston tallennuslupamaksu¹ laskee minimiin. Tällaiset seikat kannattaa huomioida, sillä myyntiin menevistä levyistä tallennuslupamaksu esimerkiksi 1000 kpl:n painoksesta on noin 1000 euroa, riippuen myyntitavasta.

Single-kappaleen valinta on myös tärkeää. Kappale antaa levystä ensimmäisen mielikuvan, monesti myös yhtyeestä. Radiosoiton kannalta kappaleen ei tule olla kuuntelijaa ajatellen vaikeimmasta päästä. Se ei saa olla liian pitkä, yleensä radiot suosivat kolmen minuutin molemmin puolin olevia kappaleita. Kappaleen tulisi myös olla suhteellisen helposti omaksuttavissa. Tarttuva kertosäe on luonnollisesti singlen kannalta hyvä asia, kuten myös liian monimutkaisen rakenteen välttäminen.

Valitsimme oman single-kappaleemme juuri tältä pohjalta, vaikka se olikin vaikeaa. Parasta valinnan kannalta olisi jokin ulkopuolinen henkilö, joka ei ole ollut mukana kappaleen syntyprosessissa ja kuulisi materiaalia ensimmäistä kertaa. Artisti sekä tuottaja ovat monesti liian sisällä tuottamassaan musiikissa pystyäkseen analyttisesti arvioimaan niiden hittipotentialia.

Ensimmäisen singlen jälkeen voi miettiä useampien kappaleiden julkaisua samalta levyltä. Levynjulkaisun yhteydessä voi olla järkevää julkaista toinen radiosingle, joka voi osaltaan auttaa kiinnostusta levyn muiden kappaleiden soittamiseen radioissa.

¹ Alan sanastoa, ks. www.musiikkikustantajat.fi/fi/sanasto.html

Levyn julkaisun jälkeenkin radiosinglen julkaisu on perusteltua. Tässä vaiheessa kappaleen valintaa miettiessä voi tehdä jo rohkeampia siirtoja, esitellä yhtyeestä toisenlaisia puolia ja julkaista niitä vaikeammin omaksuttavia kappaleita. Itse aiomme julkaista toisen singlen levynjulkaisun yhteydessä tammikuussa, sekä mahdollisesti kolmannen myöhemmin keväällä.

Saatuamme oman single-kappaleemme valittua, oli se luonnollisesti tuotannollisessa järjestyksessä ensisijalla. Nauhoitimme siihen kitarat harjoitustiloissamme, jonne toimme Protools-laitteiston sekä tietokoneen.

Mitjan kiireistä johtuen singlen laulut nauhoitettiin erikseen Helsingissä Kie Von Hertzenin studiolla Kien ystävällisellä avustuksella. Tämä oli hyvä asia, sillä laulumelodioihin tuli nyt myös uuden tuottajan näkökulma. Kien ehdottamat muutokset olivat pieniä, mutta toivat kappaleeseen uutta ilmettä ja syvyyttä. Mitja miksasi singlen ja sen masteroi Svante Forsbäck.

Singlen mukaan teimme musiikkivideon, nukkeanimaation. Aluksi ajattelin painattaa singlen kansilla, jolloin joko itse levyyn tai kanteen olisi tullut still -kuva animaatiosta. Yhtyeille promootiota ammatikseen tekevät henkilöt kuitenkin sanoivat, ettei radioon menevää promootiosingleä kannata painattaa muovikansilla. Se aiheuttaa ylimääräistä vaivaa postituksissa sekä antaa hieman tökerön kuvan lähettäjistä. Ylimääräinen kansimateriaali kannattaa jättää pois ja lähettää single joko ohuissa muovitaskuissa, pahvitaskuissa tai kääriä cd itse kuplamuoviin. Itse levyyn kannattaa tehdä kuvapainatus.

Päädyin siis pelkkään levypainatukseen, still-kuvan päätin jättää pois. Saran kasvot ovat radiotoimittajille entuudestaan tutut, eikä tilaa ollut kuin yhdelle kuvalle. Hyvästä ideasta huolimatta järkevämpää on pelata varman päälle.

Alla Sara & Susirajan singlen kansi, ”Kivat korot”. © Timi Härkönen

2006



Single ”kivat korot” pääsi ensimmäisen kerran Yle X:n radiosoittoon 25.10.2006, ja voitti seuraavalla viikolla ”Rytmiarometri” -viikkoarvonnan. Viikolla 46 se nousi Ylex:n soittolistalle. Rytmiarometri on Ylex:n netitse tapahtuva viikottainen yleisöäänestys, jolla oli todennäköisesti vaikutusta soittolistalle pääsemisessä.

Singlen ohessa oleva musiikkivideo sai ensi-esityksensä YLE TV2:n Musiikki- tv:ssä 6.11.2006.

5 Levyn kansipainatukset

Olemme alun alkaen päättäneet, että musiikillinen suuntamme tulee olemaan äänellisesti melko luonnonmukaista. Tämä tarkoittaa sitä, että äänimaailmaa ei ole kompressoitu liikaa luonnollisten soitannollisten nyanssien häivyttämiseksi. Siksi halusin myös kansitaiteen noudattavan samantyylistä linjaa. Löysinkin eräästä taidekoulusta sopivan henkilön, joka ymmärsi ideani. Sovimme luonnollisten sävyjen käytöstä, väreissä päädyimme ruskeaan ja punertavaan. Häntä varten otimme jokaisesta yhtyeen jäsenestä kasvokuvia eri kuvakulmista, joista hän sitten piirsi muotokuvat. Muotokuvat sulautuvat tietynlaiseen fantasiamaailmaan. Ideana on yhdistää luonnonmukaisuus ja maalauksellisuus kuvastamaan musiikkia.

Halusin sisäkanteen myös jonkin tunnelmallisen yhteiskuvan, jonka toteutin pelkällä kynttilävalaistuksella sekä vanhahtavalla rekvisiitalla. Valitsin ensin sopivan kuvakulman, jotta saisin kynttilöistä heijastuvat piirrot pöydässä näkyviin. Sitten asetin itselaukaisijan pitkällä valotusajalla. (alla)



©Timi Härkönen

6 Jakelu

Neuvottelin jakelusta ensin Playground Music Scandinavian kanssa, jotka osoittivat kiinnostusta lähinnä senkin takia, että he olivat jaelleet vokalistimme Saran entisen yhtyeen Minervan levyjä.

Heille oli kuitenkin viime vuosina koitunut enemmän haittaa kuin hyötyä pienten levy-yhtiöiden kanssa toimimisesta, sillä erät ovat verrattain pieniä Playgroundin ollessa Pohjoismaiden suurin jakeluyhtiö. Sovimme sittemmin jakelusta Edel Records Finlandin kanssa. Edelin pyynnöstä lähetimme heillekin singlejä, jotta yhtye olisi levyn ilmestyessä suurimmille asiakkaille tuttu. He halusivat myös levyn tulevasta kannesta kuvan katalogeja varten. Saamme myös käyttää Edelin EAN-koodia (Eurooppalainen artikkelinumerointi, viivakoodi) joka muuten maksaisi 250 euroa. Edelin kautta saimme myös painettua levyn halvemmalla, sillä Edelinillä on Saksalaisen tehtaan kanssa eräänlainen tukkusopimus, suuri osa yhtiön asiakkaiden levyistä painetaan siellä.

Levyjä tulemme myymään luonnollisesti myös keikoilla, jolloin levy on asiakkaalle halvempi koska jakelija ei ota omaa osuuttaan välistä. Levyjä myydään myös netitse, todennäköisesti omilta sivustoiltamme. Alkupainoksemme on 1000 kpl, jonka toivomme myyvän loppuun vuoden 2007 aikana.

7 Täyspitkän Julkaisu

Levyn julkaisun ajankohdan jouduimme miettimään pienlevy-yhtiön näkökulmasta. Promootioon ei ole varaa samassa mittakaavassa kuin suurilla yhtiöillä. Siksi ei ole järkevää julkaista tuotettaan samaan aikaan mittavimpien kotimaisten yhtyeiden kanssa. Tuote jää auttamatta suuremman mediapromootion jalkoihin. Syksyllä yleensä julkaistaan sellaisten kotimaisten yhtyeiden, kuten HIM: in tai Nightwishin levyjä. (ks. esimerkki alla) Pienlevy-yhtiön kannalta järkeviä ajankohtia julkaisulle voisivat olla alkusyksy, kuten elokuu. Toinen vaihtoehto voisi olla joulumarkkinoiden jälkeen, esimerkiksi tammikuussa. Oma aikataulutuksemme oli alkusyksyn kannalta mahdoton, joten päätimme julkaista levyn tammikuussa.

Esimerkkinä muutamia syksyn 2005 levyjulkaisuja:

The Rasmus- Hide from the sun 12.09.2005 (Playground Music Scandinavia)

HIM- Dark Light 23.09.2005 (Sony BMG)

Nightwish- Highest Hopes 28.09.2005 (Spinefarm)

Anssi Kela- Rakkaus on murhaa 19.10.2005 (RCA/Sony BMG)

CMX- Pedot 02.11.2005 (EMI)

8 Promootio

Jo aikaisemmin mainittu single on loistava käyntikortti mistä tahansa promootioon liittyvästä neuvoteltaessa, kuten esimerkiksi keikoista. Levyn promootioon kuuluu sen esilletuonti kaikilla mahdollisilla tavoilla, myös keikkaillemalla. Muuta itse toteutettavaa promootiota on esimerkiksi tiedotteiden laatiminen internetissä toimiville julkaisuille, kuten Meteli.net:ille, Desibeli.net:ille, Rockdatalle, Muusikoiden.net:ille jne. Singleä voi myös lähetellä nettiradioihin.

Esiintymisiä on hyvä mainostaa julisteiden lisäksi eri foorumeissa, sekä hakeutumalla yhteiskeikoille tunnettujen yhtyeiden kanssa. Tämä kannattaa tehdä niin, että ottaa yhteyttä suoraan artistiin, jonka kanssa haluaisi esiintyä ja ehdottaa yhteisiä esiintymisiä. Jos tarjoutuu itse tekemään kaikki järjestelyt, jolloin toiselle yhtyeelle tai artistille ei jää muuta mietittävää kuin päivämäärän sopivuus millekin esiintymiselle, ovat mahdollisuudet hyvät. Suuremmillakin nimillä on usein oikeus myydä keikkojaan itse, jolloin ei tarvitse miettiä mahdollisia sopimusrikkomuksia tapahtumatuottajien kanssa. Olemme itse myyneet keikkojamme, mutta jouduimme ulkoistamaan festivaalikeikat Dex-viihteelle, sillä omat suhteet eivät riittäneet niiden myyntiin. Ohjelmatoimistojen yleisin taksa keikkamyynnistä on 20% esiintymispalkkiosta.

Osa promootiosta vaatii kuitenkin suhteita. On järkevää etsiä oikea henkilö viemään singleä ja levyä koko maan kattaviin radioihin sekä lehtiin. Tutun ihmisen esittelemänä levyllä on huomattavasti suuremmat mahdollisuudet päästä soittolistoilta. Itse ei välttämättä pääse edes kasvokkain oikeiden henkilöiden kanssa keskustelemaan. Ammatikseen promootiota tekevä henkilö antaa vakuuttavan kuvan esittelemästään yhtyeestä, sillä työnkuvaan kuuluu yhtyeen tunteminen sekä esiintymisten perusteella että taustojen puolesta. Myös ohjelmapääälliköt tietävät, ettei hyvä promoottori esittelisi yhtyettä, jolla ei ole menestyspotentiaalia. Olemme ulkoistaneet myös osan promootiosta ja tammikuussa onkin tv-esiintymisiä mm. Nelosen Buusteri-ohjelmassa.

9 Yhteenveto

Pienlevy-yhtiön julkaisun yhteydessä paljon voi ja kannattaa tehdä itse, mutta osan toiminnasta joutuu ulkoistamaan. Tällaisia asioita ovat esimerkiksi jakelu ja monessa tapauksessa promootio. Merceeedes-yhtiön Paavo Bäckman sanoi, että tuntematonta yhtiötä on todella vaikea alkaa Suomessa tekemään alle 10 000 euron. Tämä pitää pitkälle paikkansa. Oma lähtöbudjettimme oli 8 000 euroa², josta jouduimme maksamaan myös yhtiön kulut, kuten TEL-maksut sekä ennakkoerot. Toisaalta meillä oli suhteita joilla saimme monia asioita paljon halvemmalla, sekä tunnettavuutta (Saran menneisyys Minervassa) jolloin promootiota on huomattavasti helpompi tehdä.

² Ks. liite, budjetti

10 Lähteet

<http://www.therasmus.com/news>

<http://platta.net/levy/13290>

<http://www.spinefarm.fi/releases.php>

<http://www.emi.fi/julkaisut/23/pedot>

<http://www.anssikela.com/uutinen.php?mika=70>

(kaikki luettu 20.10.2006)

Liitteet

1. Kuluarvio, helmikuu 2006.

1. PÄÄOMAN TARVE

Investoinnit

Studiokulut	Tuottaja	1000,-
	Äänitykset	3000,-
	Masterointi	825,-
	(perusmaksu ja käytetty studioaika)	
Painatuskulut	cd-linjalta 1000 kpl kelmutettu	
digipack	2350 euroa ja singlet radioihin (hintaa auki)	
Viivakoodi	250,-	
Tallentamiskorvaukset	$0.6 * 1000 = 610$ euroa + ”not for sale”-tarrat n. 20,-	
Julisteet	n.200,-	
Yhtiön perustamiskulut	330,-	

Kustannukset pyöristettynä n. 8000e / 1000kpl levyjä,
seuraavat kappaleet 2-3euroa/ kpl.

2. Lopulliset levykustannukset, marraskuu 2006

Studiokulut	1800,-
-------------	--------

Tuottajien palkkiot	n.1000,-
---------------------	----------

Single 200kpl	600,-
---------------	-------

(sis. Tallennuslupamaksu Teosto, miksaus, masterointi)

Painatuskulut digipack 1000kpl	1550,-
--------------------------------	--------

Tallennuslupamaksu Teosto	n.1000,-
---------------------------	----------

Levyn miksaus	500,-
---------------	-------

Masterointi	890,-
-------------	-------

Levyn kansisuunnittelu	200,-
------------------------	-------

ISRC-koodit, ”ei-myyntiin”-tarrat	70,-
-----------------------------------	------

Materiaalikuluja	400,-
------------------	-------

(ulkoinen kovalevy, animaatiotarpeita yms.)

yhteensä	8010,-
----------	--------

Laskelmiin ei sisälly yhtiön omia menoja, kuten Tel-maksuja, ennakkoveroja, kirjanpitomaksuja yms.

Laskelmiin ei myöskään sisälly kaikkia ulkoistettuihin palveluihin, kuten promootioon liittyviä kustannuksia, jotka ovat liikesalaisuuksia.

3. Rumban arvostelu singlestä ”Kivat Korot”

selmalevyjen ja sound-
a hakeneet laulut on nyt
julkaistujen numeroiden
nmentä kappaletta tätä
täen. Ja laatu on pysynyt

bonan kaikki puolet. On
nemusiikkia, pahasti vink-
a tanssitaidotomille, levot-
esivahinkoja okulaareihin
ä väliiltä. Monesti nämä
a samassa kappaleessa,
tuntui hengettömyydes-
sen jälkeen en ole katsonut
nkaan tuotantoon. The Or-
asemiaan kummasti. On
n suosikkiinsa!

Tomi Palsa

koelma on mestarilli-

en kummajaiseksi 90-lu-
jamies Les Claypoolin kum-
allisoinnin ja eritoten suve-
Alexanderin erinomaisella
juvalla kitaroinnilla kruu-
soitavissa.

rkusteluun on surutta
jazzista, funkista ja me-
illisestä nuorisomusi-

Claypool tiivistää sym-
dinsä olemuksen: "To
sade only of the bra-
ranomaisuutta vas-
siikin sekaan muu-
kuten Tommy the
lynona's Big Brown

amioituun They
lustava otos
a velmu mei-
i elämään

inen

bändinsä kanssa Aron bravuurin lähes yksi yhteen, mutta hyvä-
tä se kuulostaa. Ei Leinosesta uutta Markku Aroa aivan heti saa-
da, koska hän ei laula yhtä utuisesti, mutta jos Ville Leinosesta
otetaan pois kukkopoikamainen rosoisuus, Leinosesta lähtee pois
Ville Leinonen. (Viljami Puustinen)

Sara & Susiraja: Kivat korot

Kuukaikumo



Minervan raunioista ponnistava Sara & Susiraja on mielenkiintoi-
nen tuttavuus. Kivat korot hämmentää ensin kolkolla tunnelmal-
laan; pysähdyttävät sanat ja Saran erikoisella tavalla tunkeileva
ääni pakottavat kuuntelemaan. Biisi surisee kitararevityksineen
ihanasti ja on painostavalla fiiliksellään menevää musiikkia savui-
siin kupiloihin. Mainio kappale on kuin ala-asteikäisen synttäri-
juhla – yltyy alkuhämmennyksen jälkeen riehakkaaksi ja loppuu
juuri kun on kaikkein hauskinda. (Emmi Laukkanen)

♥ Sara & Susirajan Sara

